

## **Тема 2. Сущность, структура и динамика себестоимости**

### **План:**

- 1. Роль себестоимости в повышении конкурентоспособности продукции, увеличении объема продаж и прибыли**
- 2. Систематизация показателей себестоимости продукции**
- 3. Показатели снижения себестоимости продукции**

### **1. Роль себестоимости в повышении конкурентоспособности продукции, увеличении объема продаж и прибыли**

В самом общем виде под конкуренцией понимается соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Экономическая конкуренция – это рыночное соперничество экономически обособленных товаропроизводителей, столкновение их интересов, связанных с реализацией продукции одним и тем же покупателям с целью добиться приверженности к своей продукции и получения наибольшей прибыли или дохода. Как показывает опыт, конкуренция вынуждает предпринимателей постоянно искать и находить новые виды продуктов, услуг, которые могли бы понравиться клиентам, производить продукцию высокого качества по разумным ценам в целях удержания потребителя, стимулирует эффективно использовать ресурсы, вознаграждает тех, кто упорно и эффективно работает.

В условиях рыночных отношений успех в конкурентной борьбе и устойчивое финансовое состояние предприятия в значительной мере обусловлены возможностью обеспечения уровня издержек не выше среднеотраслевого.

Снижение издержек, во-первых, является дальнейшим источником роста прибыли предприятия, а следовательно, увеличения размера средств, направляемых на расширение, техническое перевооружение производства, разработку и внедрение новых видов продукции, на социальное обеспечение членов трудового коллектива и удовлетворение интересов собственника имущества предприятия;

во-вторых, обеспечивает возможность уменьшения цен на изделие. А это важнейшее условие успешной конкурентной борьбы на рынке. При наличии конкуренции побеждает тот, кто может предложить на рынке товар лучшего качества по более низким ценам.

Снижение цен позволяет предприятию привлечь большее число покупателей, занять большую долю на рынке, потеснив конкурентов, и увеличить общую массу прибыли за счет роста объема продаж;

в-третьих, уменьшает потребность в оборотных средствах, что позволяет увеличить расходы на производственные и социальные нужды предприятия.

## **2 Систематизация показателей себестоимости продукции**

Показатели себестоимости классифицируются следующим образом:

-в зависимости от предмета- себестоимость единицы продукции (работ, услуг) или всего объема производства;

-в зависимости от объекта- себестоимость продукции цеха или предприятия;

-в зависимости от натуральной единицы измерения товара- себестоимость 1 штуки, 1 килограмма, 1 метра;

-по виду производственной программы- себестоимость валовой, товарной или реализованной продукции;

-по полноте затрат, включаемых в себестоимость продукции,- переменные и постоянные затраты, производственная и полная себестоимость;

-по структуре затрат, включаемых в себестоимость, - затраты на рубль товарной продукции, материалоемкость, зарплатоемкость.

Цеховая себестоимость – это сумма затрат на изготовление продукции в данном цехе. Она включает в себя затраты на производство продукции в пределах цеха, в частности, прямые материальные затраты на производство продукции, амортизация цехового оборудования, заработная плата основных производственных рабочих цеха, социальные отчисления, расходы по содержанию и эксплуатации цехового оборудования, общецеховые расходы.

Производственная себестоимость (себестоимость готовой продукции), кроме цеховой себестоимости, включает в себя общезаводские расходы (административно-управленческие и общехозяйственные затраты) и затраты вспомогательного производства.

Полная себестоимость включает производственные и коммерческие расходы, то есть расходы по сбыту продукции.

Кроме того различают нормативную, плановую и фактическую себестоимость. Нормативная – это максимально допустимые затраты на производство и сбыт продукции при научно-обоснованных нормах расхода живого и овеществленного труда. Плановая себестоимость может быть выше или ниже нормативной, так как в плановом периоде, в связи с достигнутым уровнем развития техники, технологии, нормы расхода живого и овеществленного труда могут быть выше или ниже тех, которые предусматривались на стадии составления проекта. Фактическая себестоимость – та, которая сложилась в отчетном периоде.

На предприятиях планируют и учитывают следующие показатели себестоимости:

себестоимость единицы продукции (услуг);

себестоимость товарной, реализованной продукции;

себестоимость сравнимой товарной продукции (сравнимой продукцией считают ту, которая производилась в базисном периоде);

затраты на один рубль товарной продукции.

Показатель себестоимости единицы продукции можно широко использовать для сравнения уровня затрат одинаковых изделий на разных предприятиях, что оказывает положительное воздействие на поиск резервов снижения затрат. Себестоимость реализованной продукции (работ, услуг) отличается от себестоимости товарного выпуска на величину изменения себестоимости переходящих остатков нереализованной продукции. Для расчета используется формула:

$$C_p = O_n + T - O_k, (1.3)$$

где  $C_p$  – себестоимость реализованной продукции, рубли;  $O_n$  – остатки нереализованной товарной продукции по производственной себестоимости на начало планируемого года, рубли;  $T$  – выпуск товарной продукции на планируемый год по полной себестоимости, рубли;  $O_k$  – остатки нереализованной товарной продукции по производственной себестоимости на конец планируемого года, рубли.

Показатель затрат на рубль товарной продукции характеризует уровень себестоимости одного рубля обезличенной продукции. Он исчисляется как частное от деления полной себестоимости всей товарной продукции на ее стоимость в оптовых ценах предприятия. Это наиболее обобщающий показатель себестоимости продукции, выражающий ее прямую связь с прибылью. К достоинствам этого показателя можно также отнести его динамичность и широкую сопоставимость.

### **3 Показатели снижения себестоимости продукции**

Выделяют следующие показатели снижения себестоимости продукции: экономия от снижения себестоимости в рублях или в процентах к себестоимости.

Существуют три основных метода планирования снижения себестоимости продукции: укрупненный, уточненный и по технико-экономическим факторам.

Укрупненный расчет используется в том случае, если отсутствует портфель заказов на плановый год.

При укрупненном методе учитывается влияние на себестоимость продукции следующих факторов:

- экономии основных, вспомогательных материалов, топлива, энергии, полученной в результате изменения норм расхода и цен,
- роста производительности труда и средней заработной платы,
- роста объема производства, а в зависимости от него- относительного и абсолютного сокращения условно-постоянных расходов на единицу продукции. Укрупненный расчет снижения себестоимости продукции отчетного периода и ожидаемого изменения затрат по отдельным статьям расходов в плановом периоде по сравнению с отчетным. [6, с.269-270]

Уточненный расчет снижения себестоимости товарной продукции предприятия производится путем сопоставления детально разработанных

плановых и фактических калькуляций на отдельные изделия. Его можно применять, когда известна годовая производственная программа и имеется четкая система нормирования затрат. Отчетные и плановые калькуляции сводятся в общую форму, которая и дает возможность установить размер снижения полной себестоимости товарной продукции. [6, с.272]

Планирование снижения себестоимости продукции по технико-экономическим факторам необходимо для оценки влияния инновационной деятельности на снижение текущих затрат.

Для этого:

-определяются затраты на рубль реализованной продукции по данным отчетного года ( $Z_{\phi}$ ):

$Z_{\phi} = \text{фактическая себестоимость продукции за отчетный год} / \text{фактическая выручка от реализации}, (1.4)$

-рассчитывается плановая себестоимость реализованной продукции планового года по условиям отчетного ( $C^{\circ}_{\text{п}}$ ):

$C^{\circ}_{\text{п}} = \text{плановый объем реализации} * Z_{\phi}, (1.5)$

-планируется снижение себестоимости продукции по технико-экономическим факторам с учетом времени инноваций в пределах планового года ( $\Delta_c$ ):

- 1.повышение технического уровня производства,
- 2.совершенствование организации производства и труда,
- 3.изменение объема и структуры продукции,
- 4.отраслевые и прочие факторы,

-определяется себестоимость планового объема производства по условиям планового года ( $C^{\text{п}}_{\text{п}}$ ):

$C^{\text{п}}_{\text{п}} = C^{\circ}_{\text{п}} - \Delta_c, (1.6)$

-рассчитываются затраты на 1 рубль товарной продукции по условиям планового года ( $Z_{\text{п}}$ ):

$Z_{\text{п}} = C^{\text{п}}_{\text{п}} / \text{плановый объем продаж}, (1.7)$

-определяется плановое снижение себестоимости в процентах ( $CH_{\text{п}}$ ):

$CH_{\text{п}} = (Z_{\text{п}} / Z_{\phi}) * 100 - 100. (1.8)$

[6, с.273-274]

По необходимости можно выбрать такой метод, для которого есть информация или который обеспечивает потребность в той или иной степени точности расчетов.

Себестоимость продукции- синтетический, обобщающий показатель, который отражает все стороны деятельности предприятия. Это количественный и качественный показатель производственно-хозяйственной деятельности. Детальное знание сущности и структуры себестоимости позволяет выявить пути снижения затрат, недостатки существующей практики, трудности и просчеты персонала. [6, с.274]

Успех в конкурентной борьбе и устойчивое финансовое состояние предприятия в значительной мере обусловлено возможностью обеспечения

уровня издержек не выше среднеотраслевого. Экономическое значение снижения себестоимости заключается в том, что оно:

- является важнейшим источником роста прибыли, увеличения средств, направляемых на расширение, техническое перевооружение производства, разработку и внедрение новых видов продукции, на социальное обеспечение трудового коллектива и удовлетворение интересов собственника предприятия;

- обеспечивает возможность уменьшения цены на изделие, что позволяет занять большую долю на рынке, увеличить общую массу прибыли за счет роста объема продаж;

- уменьшает потребность в оборотных средствах, что позволяет увеличить расходы на другие нужды предприятия.

Пути или направления снижения затрат на производство и реализацию продукции рассматриваются с точки зрения способов достижения оптимального сочетания уменьшающихся издержек и повышающего качества.

Есть три пути снижения себестоимости продукции:

- технические (создание новой и повышение качества выпускаемой продукции, обновление техники и технологии производства, рационализация производства, механизация, автоматизация, компьютеризация производства);

- организационные (совершенствование организации производства, труда и управления, стандартизация и сертификация продукции, реинжиниринг бизнеса, выработка стратегии развития предприятия);

- экономические (стоимостной подход к управлению, экономическое стимулирование персонала, увеличение объема производств, финансирование инвестиций).

Технические способы реализуются в более современных и производительных средствах труда, организационные способы предполагают наиболее удачное сочетание во времени и в пространстве соединение средств труда, предметов труда и рабочей силы, экономические способы воплощаются в создании мотивированных механизмов, обеспечивающих достижение наилучших результатов при наименьших затратах, в альтернативных вариантах решения производственных задач.

Резервы или источники снижения себестоимости представляют собой неиспользованные возможности. Они делятся на две группы- резервы, не зависящие и зависящие от предприятия. Не зависящие от предприятия- это природные или погодные условия, территориальная удаленность от источников сырья и потребителей продукции, уровень цен на приобретаемое сырье и материалы, тарифы на электроэнергию и связь, уровень минимальной заработной платы и прожиточный минимум. Эти факторы являются источником повышения или снижения издержек, но не свидетельствуют об ухудшении или улучшении работы предприятия. В то

же время стратегический анализ и стратегическое планирование должны учитывать возможность в перспективе использование таких резервов, которые в настоящее время не поддаются реализации. Внутрипроизводственные резервы выявляются в процессе аудита и анализа, причинами их существования могут быть объективные и субъективные факторы.

Основные источники снижения себестоимости продукции: снижение расходов материалов, рост производительности труда, снижение расходов по управлению и обслуживанию производства, ликвидации непроизводительных расходов и потерь. Снижение издержек может достигаться в результате экономии одновременно всех затрат. Но экономия живого труда (заработной платы) обычно сопровождается увеличением затрат прошлого труда (амортизации), вызванных ростом объема применяемых основных средств.